

Спорт как стратегический инструментарий. Создание имиджа страны в контексте общественного запроса

Научный руководитель – Артамонова Инесса Михайловна

Оленин Максим Александрович

Студент (магистр)

Донецкий государственный университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики, Донецк, Россия

E-mail: g2014 olenin.m.a@gmail.com

В современном мире, где глобализация и информационные технологии играют ключевую роль, страны сталкиваются с необходимостью активно управлять своим международным имиджем. Одним из стратегических инструментов, способных эффективно воздействовать на восприятие мирового сообщества, является спорт. Настоящая исследовательская работа посвящена анализу влияния спорта на формирование позитивного имиджа государства, а также разработке модели создания собственного спортивного мероприятия, способного улучшить имидж страны в условиях общественного запроса.

Цель исследования заключается в выявлении и анализе механизмов использования спорта как инструмента формирования имиджа государства и в разработке практических рекомендаций по применению спортивных событий для достижения этой цели. В работе рассматриваются теоретические подходы к формированию международного имиджа, анализируются успешные зарубежные и отечественные кейсы, а также выявляются основные проблемы, связанные с привлечением аудитории командного спорта в России, такие как ограниченный доступ для талантливых спортсменов, централизация профессиональных клубов и сложная иерархия профессиональных спортивных лиг.

Объектом исследования является воздействие спорта на международный имидж государства, а предметом – механизмы использования спортивных мероприятий для формирования положительного образа страны. В работе предлагается модель «Народная игра» – всероссийский турнир, построенный по многоуровневой системе, начиная с дворовых соревнований, переходящих в городские и региональные чемпионаты, завершающихся национальным финалом и драфтом, на котором лучшие игроки получают возможность перейти в профессиональный спорт.

Данная модель направлена на решение нескольких ключевых проблем: она делает спорт доступным для широких слоев населения, способствует развитию региональных команд и инфраструктуры, а также предлагает альтернативный путь в профессиональный спорт, минуя традиционные академии. Кроме того, в концепцию интегрированы механизмы брендинга команд, когда жители города или региона сами выбирают название, цвета и логотип сборной, что усиливает эмоциональную связь и способствует коммерциализации через мерчандайзинг. Дополнительно предусмотрено включение музыкально-развлекательного сегмента с пре-шоу и интерактивными выступлениями, что превращает турнир в культурное событие и привлекает новую аудиторию.

Методология исследования базируется на междисциплинарном подходе с использованием сравнительного, контентного и статистического анализа, а также качественных методов, таких как интервью и фокус-группы. Сбор данных будет осуществляться через анализ публикаций, официальной статистики и медийных материалов. Полученные результаты позволят оценить влияние «народной игры» на развитие массового и профессионального спорта, экономический эффект для регионов и формирование позитивного международного имиджа страны.

Научная новизна работы заключается в комплексном подходе к анализу роли спорта в имиджевой политике государства с учётом общественного запроса, а также в предложении инновационной модели спортивного мероприятия, способной интегрировать спортивные, экономические и культурные механизмы. практическая значимость исследования проявляется в возможности использования его результатов государственными структурами, спортивными федерациями и бизнесом для разработки эффективных стратегий в области массового спорта и национального брендинга.

В условиях усиливающейся конкуренции между странами за внимание мирового общества, применение спорта как стратегического инструмента становится особенно актуальным. Предложенная модель «Народная игра» имеет потенциал не только для повышения уровня отечественного командного спорта, но и для формирования устойчивого имиджа государства, способного демонстрировать достижения в области физической культуры, социальной сплоченности и экономического развития.